

*Kathrin Wenz (Heidelberg)*

## **Entstehung neuer Textsorten im Internet – Überlegungen am Beispiel von Weblogs**

### **1. Einleitung**

Neben bereits bestehenden Textsorten, die im Internet verwendet werden, gibt es völlig neue Kommunikationsformen. Twitter, Social Networks oder Weblogs existierten vor der Entstehung des Internets nicht, die Nutzer müssen die Möglichkeiten der Verwendung und Textgestaltung erst ausprobieren und erlernen. Hierzu versuchen die Menschen ihnen bekannte Textsorten in die virtuelle Welt zu übertragen, verschiedene Bruchstücke bekannter Textsorten miteinander zu kombinieren sowie andere Nutzer nachzuahmen:

Eine stetig wachsende Gruppe von Menschen bedient sich internationaler Computernetzwerke, um zu kommunizieren und bringt auf diese Weise jenes Textwissen, das auch vor der Entstehung des WWW im Weltwissen des Individuums verankert war, in die neuen Medien ein. (Eckkrämmer/Eder 2000: 23)

Mit der Zeit bilden sich gängige Handlungspraktiken heraus, die sich durch Imitation und Wiederholung zu neuen Textsorten verfestigen:

Neue Medien übernehmen zunächst Konventionen alter Medien, ehe sie eigenständige Formate entwickeln, die das jeweils medienspezifische Potenzial ausschöpfen. (Androutsopoulos 2005: 118)

Insbesondere Weblogs zählen zu den wichtigsten neu entstehenden Kommunikationsformen im Web 2.0. Sie setzen sich aus meh-

reren Artikeln zusammen, die in umgekehrt chronologischer Reihenfolge angeordnet sind und meistens eine Kommentarfunktion zu jedem Artikel anbieten. Die Publikation von Inhalten ist durch Plattformen stark vereinfacht und für jede Person auch ohne Programmierkenntnisse möglich.

Die wenigen formalen Vorgaben und die unkomplizierten Bereitstellungsmöglichkeiten machen diese Kommunikationsform flexibel für unterschiedliche Inhalte und führen zur Ausprägung zahlreicher Weblogtypen, u.a. Moblogs, Reise- oder Kollektivblogs:

[La] coprésence de divers supports techniques à l'intérieur des blogs entraîne en outre une diversité des modes d'expression. Les pratiques de blogging qui se créent en réponse à cette énorme diversité technologique se divisent dès lors selon une multiplicité d'usages. (Klein 2007: 13)

Diese werden zwar alle mit dem Überbegriff Weblog bezeichnet, unterscheiden sich jedoch stark im Hinblick auf Inhalt und Verwendungszweck. Diese Variation ist wohl der Tatsache geschuldet, dass Weblogs erst mit der Verbreitung des Internets entstanden sind. Können innerhalb eines bestimmten Weblogtyps bereits Konventionen und wiederkehrende Handlungsweisen bestimmt werden, die auf die Entstehung einer neuen Textsorte hindeuten? Kann die textlinguistische Analyse – Untersuchung der Textfunktion – überhaupt auf Kommunikationsformen im Internet angewendet werden?

## **2. Methodische und theoretische Grundlagen**

Der vorliegende Artikel untersucht anhand einer empirischen Analyse einen konkreten Weblogtyp, um sich herausbildende sprachliche Konventionen und den Texten zugrundeliegende kommunikative Funktionen aufzudecken. Der Analyse liegt ein

Korpus von 100 Weblogs – alle Texte stammen aus dem Jahr 2010 – der bekannten französischen Plattform [www.skyblog.fr](http://www.skyblog.fr) zugrunde.<sup>1</sup> Die Autoren dieser Plattform nutzen ihre Weblogs zu privaten Zwecken. Die Soziologin Delaunay-Téterel führt folgende Inhalte an, die in diesen Weblogs Thema sind:

- Vorstellung von Freunden und gemeinsamen Aktivitäten
- Vorstellung von persönlichen Interessen
- Darstellung von Gefühlen
- Interesse für gesellschaftliche und soziale Probleme (eig. Übersetzung, vgl. Delaunay-Téterel 2007: 46)

Methodisch wird ein textlinguistischer Ansatz gewählt (Brinker 1997). Das kommunikative Ziel jedes Weblogs wird durch die Analyse der Textfunktion herausgearbeitet. Es ist zu untersuchen, ob alle Blogs dieselbe Funktion haben und bereits von einer Textsorte gesprochen werden kann oder ob eine weitergehende Differenzierung nötig ist. Diese Analyse könnte auf andere Kommunikationsformen im Internet übertragen werden, um eine Übersicht über die jeweiligen kommunikativen Ziele zu entwerfen.

### 2.1 Textsorte Weblogs?

Eine Textsorte wird im *Metzler-Lexikon Sprache* definiert als „[e]ine Erscheinungsform von Texten, die durch bestimmte Eigenschaften charakterisiert ist, die nicht für alle Texte zutreffen“ (Glück 2010: 9900f.). Diese Eigenschaften sind sprachlicher, inhaltlicher und pragmatischer Natur. Eine Textsorte ist historisch in einer Gesell-

---

<sup>1</sup> Die Untersuchung konzentriert sich auf die französische Sprache aufgrund der Popularität von Blogs in Frankreich. Laut Schönberger ist Frankreich in Europa führend, Ende 2005 existierten über 2 Millionen Weblogs, in Deutschland je nach Erhebung 50.000 bis 300.000 (vgl. Schönberger 2006: 239).

schaft gewachsen, durch Konventionen geprägt und dient als Vorlage für die Textproduktion. Für Weblogs ist die Frage, ob es sich um eine Textsorte handelt, ungeklärt.<sup>2</sup>

Auf der einen Seite wird die Ansicht vertreten, dass es durch die große Variation der Inhalte in Weblogs zu früh sei, um eine Einordnung vorzunehmen (vgl. Nardi/Schiano/Gumbrecht 2004: 10). Runkehl sieht die Einteilung nach Textsorten für die neuen Kommunikationsformen sogar als nicht mehr geeignet an, da diese aufgrund ihrer Fragmentierung in kommunikative Minimaleinheiten ihren textuellen Charakter meist aufgegeben hätten (vgl. Runkehl 2005: 206).

Auf der anderen Seite werden Weblogs aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive bereits als Textsorte bezeichnet (vgl. Schmidt 2006, Herring et al. 2008). Miller/Shepherd stellen fest:

When a type of discourse or communicative action acquires a common name within a given context or community, that's a good sign that it's functioning as a genre (...). The weblog seems to have acquired this status very quickly. (Miller/Shepherd 2004: 2)

In den bisherigen Untersuchungen fehlt jedoch eine linguistisch fundierte Untersuchung der Texte, um die Argumente zu stützen oder zu widerlegen. Die Analyse der Weblogs auf ihre jeweilige Textfunktion soll zur Klärung dieser Frage beitragen.

---

<sup>2</sup> Weblogs werden in diesem Beitrag zunächst als Kommunikationsform bezeichnet. Kommunikationsformen sind durch das Medium (Verfassen und Lesen der Inhalte über PC, Übertragung über das Internet) bestimmt und voneinander abgrenzbar. Innerhalb einer Kommunikationsform können sich Handlungsmuster herausbilden, die dann zur Entstehung einer oder mehrerer Textsorten führen (vgl. Brinker 1997: 134, Dürscheid 2005).

## 2.2 Die Textfunktion

Jeder Form der Kommunikation, sei es eine mündliche oder schriftliche Aussage, liegt ein bestimmtes Ziel zugrunde. Ein solches Ziel kann beispielsweise „um einen Gefallen bitten“, „sich für ein Geschenk bedanken“ oder „jemandem zum Geburtstag gratulieren“ sein. Die Intention des Autors, die er mit dem Verfassen der Botschaft verfolgt, wird *Textfunktion* genannt. Brinker definiert den Begriff folgendermaßen:

Der Terminus „Textfunktion“ bezeichnet die im Text mit bestimmten, konventionell geltenden, d.h. in der Kommunikationsgemeinschaft verbindlich festgelegten Mitteln ausgedrückte Kommunikationsabsicht des Emittenten. (Brinker 1997: 93)

Die Textfunktion ist in einer kommunikationsorientierten Textlinguistik zentral für die Beschreibung und Bestimmung einer Textsorte. Je nach linguistischem Ansatz ändert sich Bezeichnung und Anzahl der Textfunktionen. Die meisten Ansätze gehen auf das Organonmodell von Karl Bühler mit den drei Funktionen *Ausdruck*, *Appell* und *Darstellung* zurück (vgl. Bühler 1918). Roman Jakobson erweitert dieses Modell auf sechs Funktionen: *referentiell*, *emotiv*, *phatisch*, *poetisch*, *konativ* und *metasprachlich* (vgl. Jakobson 1960). Brinker, der sich auf die Illokutionstypologie von Searle stützt, stellt in seiner Forschung zu Gebrauchstexten folgende fünf Funktionen auf, deren gemeinsames Kriterium die „Art des kommunikativen Kontaktes“ (Brinker 1997: 104) ist:

- Deklaration
- Information
- Appell
- Kontakt
- Obligation

Diese Liste ist nicht geschlossen und wird bei der vorliegenden Untersuchung durch eine „ästhetische Funktion“ ergänzt (vgl.

Große 1976: 40ff.), denn in den Texten des Korpus sind auch Prosatexte sowie Gedichte und nicht nur Gebrauchstexte zu finden.

### 2.3 Kontextuelle und sprachliche Indikatoren

Die Textfunktion wird anhand kontextueller und sprachlicher Indikatoren bestimmt (vgl. Brinker 1997: 97f.). Bestimmte sprachliche Strukturen deuten explizit auf die zugrundeliegende Funktion hin. Dazu gehören beispielsweise Ausrufesätze, welche die Appellfunktion ausdrücken. Im Textzusammenhang kann des Weiteren anhand von Abtönungspartikeln sowie dem Kontext die Funktion deutlich werden (Bsp. Appellfunktion: „Das wäre so schön, wenn du mir hilfst!“ – *Hilf mir!*, „Die Ampel ist grün.“ – *Fahr los!*). Darüber hinaus sind in den Texten Strukturen zu finden, in denen der Emittent seine Meinung zum Textinhalt ausdrückt; die Textfunktion wird nur implizit deutlich. In einer Werbeanzeige wird ein Produkt als besonders nützlich dargestellt, was den Rezipienten indirekt anregt, sich für das Produkt zu interessieren und dieses zu erwerben.

Neben expliziten Formeln oder Satzstrukturen können die Kommunikationssituation und der Kontext zur Bestimmung der Textfunktion dienen. Durch Weltwissen wird die jeweilige Textfunktion in den zwei folgenden Briefftypen deutlich. In einem Brief mit Glückwünschen steht die Kontaktfunktion im Vordergrund, in einem Geburtstagsbrief einer Firma mit Hinweisen auf das neueste Produkt hingegen die Appellfunktion.

## 3. Empirische Untersuchung

Die Kommunikationsform „private Weblogs“, die am PC verfasst und abgerufen wird, umfasst nicht nur Schrift, sondern oft auch Foto-, Video- und Audiomaterial. Die Richtung der Kommunika-

tion ist in den Artikeln monologisch, durch die Kommentarfunktion haben die Leser aber die Möglichkeit, auf die vorgestellten Inhalte zu reagieren und mit dem Autor in einen Dialog zu treten. Dies bedeutet gleichzeitig, dass die Anzahl der Kommunikationspartner stark variiert. Wie bei allen anderen Kommunikationsformen im Internet herrscht räumliche Distanz. Das Verfassen der Artikel und das Lesen finden zeitversetzt – also asynchron – statt. In den Kommentaren kann sich jedoch – ähnlich wie bei einer Chat-Unterhaltung – eine quasi-synchrone Kommunikation ergeben.

Der Handlungsbereich der hier untersuchten Weblogs beschränkt sich auf die Autoren als Privatpersonen; sie berichten über Hobbies, Familie und Interessensgebiete. Die Relation zwischen Emittent bzw. Rezipient und Kontext variiert in den Texten des Korpus. Inhalt kann sowohl die Person des Autors, seine Familie und Freunde als auch Hobbies und Interessen sein. Letztere haben nicht den Autor selbst zum Thema und situieren sich somit „außerhalb der Kommunikationspartner“ (Brinker 1997, 139).

### *3.1 Analyse der Textfunktionen im Korpus*

Das Korpus wurde nach männlichen und weiblichen Autoren sowie anhand kontextueller und sprachlicher Indikatoren nach Textfunktionen eingeteilt. Es stellt sich die Frage, wie Menschen unterschiedlichen Alters und Geschlechts mit dieser neuen Kommunikationsform umgehen und zu welchen Zielen sie diese nutzen.

Blogautoren, die durch die Veröffentlichungen im Rahmen ihrer Weblogs bekannt sind und so viele Leser wie Seiten traditioneller Zeitungen haben, sind überwiegend männlich. Diese Weblogs gehören zum Weblogtyp Link- oder Filterblog. Herring bestätigt die scheinbare Abwesenheit von weiblichen Weblogautoren im öffentlichen Diskurs:

[T]he apparent gender and age bias in contemporary discourses about weblogs arises in part as a result of focus on a particular blog type, the so-called ‚filter‘ blog, which is produced mostly by adult males. [...] Women and young people are key actors in the history and present use of weblogs, yet that reality is masked by public discourses about blogging that privilege the activities of a subset of adult male bloggers. (Herring et al. 2004)

Frauen nutzen Weblogs demzufolge zu anderen kommunikativen Zielen – diese Blogs sind aber nicht so bekannt oder verfügen über eine geringere Leserschaft als die sogenannten „A-Blogger“.<sup>3</sup> Bei den persönlichen Weblogs, die Gegenstand dieses Beitrags sind, ist auffällig, dass Frauen und Männer in fast gleich hoher Zahl vertreten sind (100 Blogs insgesamt, davon 56 männliche und 44 weibliche Autoren). Im Gegensatz zu den Linkblogs schreiben sowohl männliche als auch weibliche Autoren persönliche Weblogs. Es gilt nun anhand der Untersuchung der Textfunktionen zu bestimmen, ob männliche Autoren im Korpus linkblogähnliche Texte verfassen und welche kommunikativen Ziele weibliche Autoren verfolgen.

Folgende Funktionen sind im hier untersuchten Korpus vorherrschend: *Information*, *Ästhetik* und *Appell*. In den Texten sind natürlich auch Abschnitte zu finden, die nicht den oben genannten Funktion zuzurechnen sind. In einem Weblog veröffentlicht ein Autor beispielsweise einen Artikel, in dem er seinen Leser Ostergrüße übermittelt. Diesem Artikel wird die Kontaktfunktion zugeschrieben, sie hat jedoch im gesamten Weblog nur untergeordneten Charakter. Einige prägnante Textbeispiele sollen diese Funktionen veranschaulichen.

---

<sup>3</sup> Weblogautoren, die für ihren Weblog genau so viele Zugriffe wie Internetseiten bekannter Tageszeitungen haben, mindestens 1000 Zugriffe pro Tag (vgl. Turi 2007).



### Information

Ziel dieser Funktion ist es, einen Sachverhalt darzustellen. Anhand der Darstellung soll der Leser Wissen und neue Informationen zu einem Thema erhalten. Außerdem kann der Autor seine persönliche Meinung zu dem vorgestellten Thema ausdrücken. Ein Autor berichtet beispielsweise in seinem Artikel über Reisen in Städte, die ihn faszinieren:

Voila New York c'est une grande ville mitic!! Certe avec cette grande AV broadway [23 Jahre, männl.].

### Ästhetik

In Texten mit dieser Funktion schreiben Autoren über Gefühle, Gedanken und Emotionen, vergleichbar mit Tagebucheinträgen. Zudem laden sie selbst geschriebene Gedichte und Texte hoch und veröffentlichen kreativ gestaltete Artikel. Das Beispiel weist explizit auf den Tagebuchcharakter hin:

Cher journal. Je te tiens jamais, mais pourtant j'ai envie de t'écrire cette nuit. [19 Jahre, männl.]

Weitere Hinweise sind der Gebrauch von synonymischen Ausdrücken und ein Reichtum an Adjektiven.

### Appell

Innerhalb der Appellfunktion sind die Texte so verschieden, dass eine weitere Differenzierung notwendig ist. Die unterschiedliche Relation zwischen Autor bzw. Leser und Kontext dient als Unterscheidungskriterium.

Bei der einen Textgruppe (Appell autorzentriert) liegt der inhaltliche und thematische Fokus auf der Person des Autors und ihr nahestehenden Personen. Der Autor stellt sich, enge Freunde oder Familienmitglieder mithilfe von Steckbriefen, Beschreibungen und

Fotos vor. Neben der Vorstellung fordert er den Leser auf, die Artikel zu kommentieren und ein Feedback zu seiner eigenen Person abzugeben:

que pense tu de moi?? J'attends vos réponses. [16 Jahre, männl.]

Bei der anderen Gruppe (Appell kontextzentriert) liegt der inhaltliche Fokus außerhalb des Autors und des Rezipienten. Inhalt ist nicht die Person des Autors, sondern es geht um Hobbies, Freizeitaktivitäten und Interessen. Der Leser wird angeregt, Musik, die der Autor mag, selbst zu hören und berühmte Personen gut zu finden, oder der Verfasser des Blogs gibt Anleitungen und Tipps für ein Hobby, das er selbst ausübt:

n'hésitez pas à aller sur mon blog voir ce que je compose => [23 Jahre, männl.].

### 3.2 Einteilung der Weblogs nach Textfunktionen

Die pragmatisch orientierte Textlinguistik erhebt den Anspruch, dem einzelnen Text exakt eine Textfunktion zuzuordnen. Für einzelne Sprechakte ist dies möglich, nicht jedoch für längere Texte. Obwohl in einem Text in den meisten Fällen zwei oder mehrere Funktionen vorhanden sind, soll nur eine zentrale Funktion herausgearbeitet werden:

Es blieb allerdings dennoch bei einer – abgeschwächten – Monotypieforderung, in dem vorausgesetzt wurde, dass jedem Text genau eine dominierende Illokution zuzuschreiben ist. (Adamzik 2000: 100)

Bei der vorliegenden Untersuchung zeigt sich, dass es innerhalb eines einzelnen Blogs, der aus mehreren Artikeln zusammengesetzt ist, nicht möglich ist, eine einzige Hauptfunktion zu bestimmen. In jedem hier untersuchten Weblog lassen sich zwei zentrale Funktionen ausmachen, die nebeneinander existieren. Zur adäquaten Beschreibung der Ergebnisse dient deshalb ein Koordinaten-

system, in dem sich die einzelnen Weblogs zwischen zwei Textfunktionen bewegen. Dies ist möglich, da sich jeweils zwei zentrale Textfunktionen gegenseitig ausschließen.

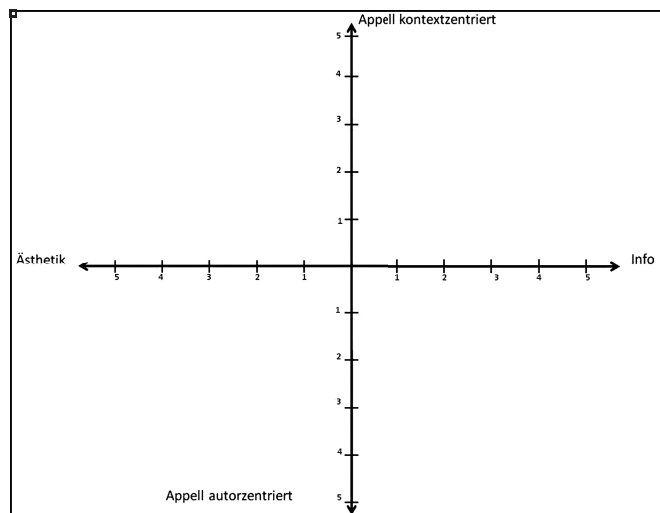


Abbildung 1: Koordinatensystem zur Darstellung der in den Weblogs vorherrschenden Textfunktionen. Die Position jedes Blogs wird festgelegt durch die Werte der beiden vorhandenen Textfunktionen. Die Werte 1-5 (1 – sehr gering ausgeprägt, 5 – sehr stark ausgeprägt) zeigen an, wie ausgeprägt eine Funktion in einem Blog ist.

Auf der horizontalen Ebene steht die Informationsfunktion der ästhetischen Funktion gegenüber, auf der vertikalen Ebene die autorzentrierte Appellfunktion der kontextzentrierten Appellfunktion. Somit entstehen vier Bereiche zur Kategorisierung der Weblogs des Korpus:

- Information – Appell autorzentriert
- Information - Appell kontextzentriert
- Ästhetik – Appell autorzentriert
- Ästhetik - Appell kontextzentriert

### 3.3 Beispielanalyse eines Weblogs

Anhand eines Weblogs werden nun exemplarisch einige der sprachlichen und kontextuellen Indikatoren dargestellt, die verwendet wurden, um die Textfunktionen des Weblogs zu bestimmen.<sup>4</sup> Der Weblog ordnet sich in den Bereich Appell autorzentriert (Wert 4) und Information (Wert 1) ein.

Im ersten Artikel des Weblogs begrüßt die Autorin die Leser auf ihrer Seite. Die typischen Grußformeln („Bienvenueuuuuuuuuuuuu“, „bonne visite“, „bizzzzzzzzzzzzzzzzzzzzzz a tout les visiteurs“) stellen einen direkten Kontakt zum Leser her. Der Aufruf der Autorin, Kommentare abzugeben, wird durch den Imperativ verstärkt und zeigt den Wunsch nach Rückmeldung („lachez des comssssssssssssssssssssss svp!!!!!!“). Der darauffolgende Artikel dient der Selbstvorstellung der Autorin, diese Art von Artikel ist grundlegend bei der autorzentrierten Appellfunktion. Die Autorin beantwortet einen Steckbrief und gibt persönliche Daten weiter („5/ TOn signe astrO: gémo“). Durch die Possessivpronomen in der zweiten Person Singular („ton“, „ta“) wird auch der Leser des Artikels angesprochen und indirekt aufgefordert, in den Kommentaren eigene Antworten auf den Steckbrief zu hinterlassen. In einem anderen Artikel dieser Autorin zeigt sich auch die autorzentrierte Appellfunktion. Die Autorin stellt ihr Kind vor und spricht es in dem Text direkt an („Mon petit coeur d’amour“, „ma petite chérie“, „je t’aime“). Neben der Vorstellung und der Information für den Leser, dass die Autorin Mutter ist, wird die Einstellung der Autorin deutlich, nämlich Liebe und Zuneigung zu ihrem Kind.

---

<sup>4</sup> Die Auszüge des vorliegenden Weblogs sind von einer weiblichen Autorin (20 Jahre). Der erste Artikel wird von einem Bild begleitet, auf dem die Worte *Bienvenue sur mon blog* in bunten Farben und Symbolen gestaltet sind, die anderen beiden Artikel sind von selbst geschossenen Fotos begleitet.

#### 4. Ergebnisse

Bei der Untersuchung der Textfunktion zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Autoren. Die männlichen Autoren schreiben hauptsächlich Texte, die Linkblogs ähneln. Das wichtigste kommunikative Ziel ist es in diesem Fall, Informationen zu verbreiten und Wissen zu vermitteln (siehe Kreis A in Abbildung 2). Dies stimmt mit den Untersuchungen von Herring überein (vgl. Herring et al. 2004). Im Bereich Appell autorzentriert lässt sich unterscheiden zwischen Blogs mit hohen Werten Ästhetik (C) und mittleren Werten bei autorzentriertem Appell sowie Blogs mit gering vertretener Informationsfunktion und starker autorzentrierter Appellfunktion (B). Die kontextzentrierte Appellfunktion ist geringfügig vertreten, insbesondere in Kombination mit Ästhetik (D). Der autorzentrierte Appell ist die am häufigsten vertretene Funktion, die Darstellung der eigenen Person und persönlicher Informationen steht im Vordergrund.

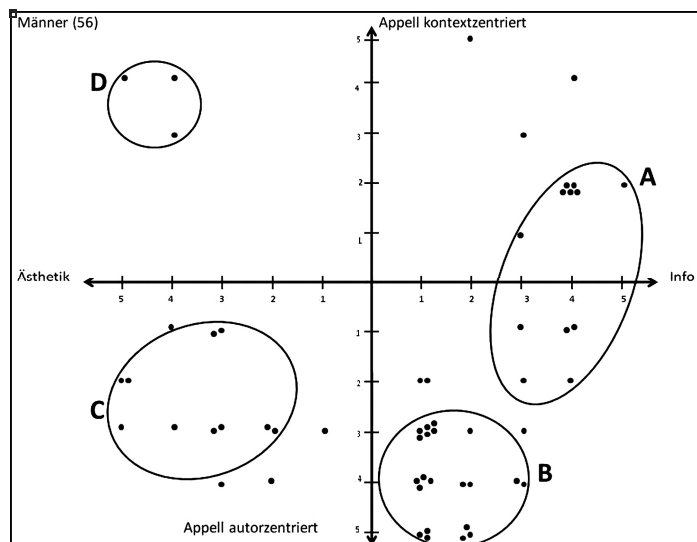


Abbildung 2: Verteilung der Weblogs männlicher Autoren des Korpus.

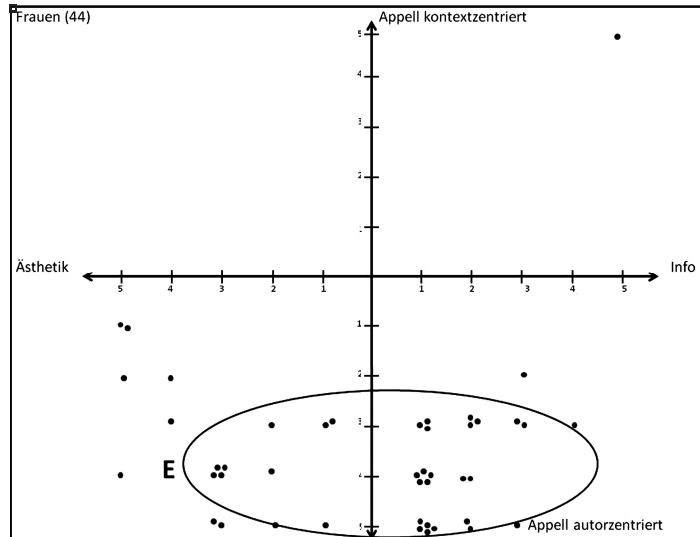


Abbildung 3: Verteilung der Weblogs weiblicher Autoren des Korpus.

Bei den weiblichen Autoren ist – bis auf eine Ausnahme – nur die Funktion autorzentrierter Appell in Verbindung mit Information auf der einen Seite und Ästhetik auf der anderen Seite vertreten (E). Dies zeigt deutlich, dass Frauen verstärkt die Vorstellung ihrer Person, Familie und Freunde verfolgen und weniger an der Übermittlung von Informationen interessiert sind. Es ist auf den Schaubildern und in Tabelle 1 deutlich zu erkennen, dass bei den Frauen mehr Weblogs höhere Werte für den autorzentrierten Appell als bei den Männern haben (Appell autorzentriert- Wert 4 oder 5: Männer (16 Blogs) / Frauen (25 Blogs)). Außerdem nutzen Frauen den Weblog häufiger als Männer, um über ihre Gefühle zu schreiben und kreative Texte zu verfassen.

Innerhalb der vier Textfunktionsbereiche sind keine Unterschiede in der Altersverteilung feststellbar. Es ist lediglich deutlich erkennbar, dass die höchsten Werte für die autorzentrierte Appellfunktion bei Weblogautoren zwischen 16 und 20 Jahren auftreten (Wert

4 oder 5 bei Autoren zwischen 16 und 20 Jahren: Männer 12 von 16 Weblogs / Frauen 21 von 25 Weblogs). Diese hohen Werte für die autorzentrierte Appellfunktion zeigen, dass Jugendliche Weblogs primär nutzen, um sich selbst darzustellen. Sie sind auf der Suche nach ihrer Identität, probieren verschiedene Facetten ihrer Person aus und wünschen sich Rückmeldung von ihren Lesern.

Die Analyse zeigt, dass vier unterschiedliche Textfunktionen in den Weblogs vorherrschen. In einem Weblog finden sich zwei Textfunktionen in unterschiedlichen Ausprägungen, wie in Abbildung 2 und 3 abgelesen werden kann. Es ist aber deutlich zu erkennen, dass die autorzentrierte Appellfunktion sowohl in männlichen als auch in weiblichen Weblogs am häufigsten vorkommt.

Korpus	Textfunktionsbereiche	Weblogs	Anmerkungen
<b>Männer</b> (insg. 56 Blogs)	Appell kontextzentriert – Information	10	
	Appell kontextzentriert – Ästhetik	3	
	Appell autorzentriert – Information	29	} 16 Blogs (von 43) Wert 4 oder 5 für Appell autor- zentriert 12 (von 16) Blogs: 16-20 Jahre
	Appell autorzentriert – Ästhetik	14	
<b>Frauen</b> (insg. 44 Blogs)	Appell kontextzentriert – Information	1	
	Appell kontextzentriert – Ästhetik	0	
	Appell autorzentriert – Information	25	} 25 Blogs (von 43) Wert 4 oder 5 für Appell autor- zentriert 21 (von 25) Blogs: 16-20 Jahre
	Appell autorzentriert – Ästhetik	18	

Tabelle 1: Verteilung männlicher und weiblicher Weblogs nach Textfunktionen

## 5. Zusammenfassung

Die Kommunikationsform Weblog ist durch besondere formale Rahmenbedingungen charakterisiert und ermöglicht ganz unterschiedliche Weblogtypen, die zu bestimmten kommunikativen Zielen genutzt werden. Die Analyse der Textfunktionen im Weblogkorpus zeigt, dass die Kommunikationsabsichten in den einzelnen Blogs divergieren und vier zentrale Textfunktionen dominieren. Die einzelnen Blogs können nicht einer einzigen Hauptfunktion zugeordnet werden. Zur übersichtlichen Darstellung dieses Resultats dient ein Koordinatensystem mit jeweils komplementären Achsen (*Ästhetik – Information, Appell autorzentriert – Appell kontextzentriert*). Die Verteilung der Funktionen zeigt, dass die autorzentrierte Appellfunktion sowohl bei männlichen als auch bei weiblichen Weblogautoren vorherrscht. Zwar bilden die hier untersuchten, persönlichen und inhaltlich vergleichbaren Weblogs bisher keine neue Textsorte. Die hauptsächliche Ansiedlung der Weblogs im Bereich der Textfunktion *Appell autorzentriert* deutet jedoch darauf hin, dass dieser Weblogtyp auf dem Weg der Vereinheitlichung ist. Mögliche Konventionen, die sich herausbilden, lassen sich bereits heute beobachten. Dazu gehören Artikel, die an erster Stelle stehen und diese Position durch ständige Aktualisierungen beibehalten. Autoren nutzen diese Artikel zur Begrüßung der Leser oder um sich selbst vorzustellen. Diese Artikelarten sind im Korpus häufig vertreten und scheinen sich weiter zu verbreiten und von neuen Autoren imitiert zu werden. Nach einiger Zeit sollte die Untersuchung im Idealfall an einem größeren Korpus unter besonderer Beachtung dieser Artikeltypen wiederholt werden, um eventuelle Veränderungen und weitergehenden Vereinheitlichungen beobachten zu können. Zudem sollte ein Korpus mit Weblogtexten anderer Plattformen zum Vergleich herangezogen werden.

Der Beitrag zeigt, dass die textlinguistische Untersuchung interessante Ergebnisse liefert und auch auf Kommunikationsformen im



Internet anwendbar ist. Für eine umfassende Beschreibung können die Weblogtexte nicht auf Schrift reduziert werden. Es ist insbesondere für Weblogs vonnöten, Bilder und Schrift-Bild-Relationen in die Untersuchungen miteinzubeziehen (vgl. Stöckl 2004).

## Literatur

- Adamzik, Kirsten (2000): „Was ist pragmatisch orientierte Textsortenforschung?“ In: Adamzik, Kirsten/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang (eds.): *Textsorten – Reflexionen und Analysen*. Tübingen: Stauffenburg, 91-112.
- Androutsopoulos, Jannis K. (2005): „Onlinemagazine & Co. Publizistische Nischenangebote im Internet.“ In: Runkehl/Schlobinski/Siever, 98-131.
- Brinker, Klaus (1997): *Linguistische Textanalyse – Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. Berlin: Schmidt.
- Bühler, Karl (1982 [1918]): *Sprachtheorie – Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Delaunay-Téterel, Hélène (2007): „La communication juvénile à travers les blogs de lycéens“, *Agora Débats / Jeunesses* 46 (4), 44-56.
- Dürscheid, Christa (2005): „Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen“, *Linguistik Online* 22 (1). Online: <[http://www.linguistik-online.de/22\\_05/duerscheid.html](http://www.linguistik-online.de/22_05/duerscheid.html)> (3.2.2012).
- Eckkrämmer, Eva M./Eder, Hildegund M. (2000): *(Cyber)Diskurs zwischen Konvention und Revolution. Eine multilinguale textlinguistische Analyse von Gebrauchstextsorten im realen und virtuellen Raum*. Frankfurt (Main): Lang.
- Glück, Helmut (2010): *Metzler-Lexikon Sprache*. Stuttgart: Metzler.
- Große, Ernst Ulrich (1976): *Text und Kommunikation – Eine linguistische Einführung in die Funktionen der Texte*. Stuttgart: Kohlhammer.

- Herring, Susan C., et al. (2004): „Women and children last: The discursive construction of weblogs.“ Online: <[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women\\_and\\_children.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html)> (16.1.2012).
- Herring, Susan C., et al. (2008): „Bridging the gap: A genre analysis of weblogs.“ Online: <<http://www.csus.edu/indiv/s/stonerm/genreanalysisofweblogs.pdf>> (10.10.2011).
- Jakobson, Roman (1974 [1960]): *Aufsätze zur Linguistik und Poetik*. München: Nymphenburger.
- Klein, Annabelle (2007): *Objectif blog! Explorations dynamiques de la blogosphère*. Paris: L'Harmattan.
- Miller, Carolyn R./Shepherd, Dawn (2004): „Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog.“ Online: <[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging\\_as\\_social\\_action\\_a\\_genre\\_analysis\\_of\\_the\\_weblog.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html)> (3.6.2010).
- Nardi, Bonnie/Schiano, Diane/Gumbrecht, Michelle (2004): „Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary?“ Online: <<http://home.comcast.net/~diane.schiano/CSCW04.Blog.pdf>> (16.1.2012).
- Runkehl, Jens (2005): „Text-Bild-Konstellationen.“ In: Runkehl/Schlobinski/Siever, 202-218.
- Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Thorsten (eds.) (2005): *Websprache-net. Sprache und Kommunikation im Internet*. Berlin: De Gruyter.
- Schmidt, Jan (2006): *Weblogs: Eine kommunikationssoziologische Studie*. Konstanz: UVK.
- Schönberger, Klaus (2006): „Weblogs: Persönliches Tagebuch, Wissensmanagement-Werkzeug und Publikationsorgan.“ In: Schlobinski, Peter (ed.): *Von \*hdl\* bis \*cul8r\*. Sprache und Kommunikation in den Neuen Medien*. Mannheim: Dudenverlag, 233-248.
- Stöckl, Hartmut (2004): *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text*. Berlin: De Gruyter.
- Turi, Peter (2007): „A-Blogger.“ Online: <[http://lexikon2.blog.de/2007/01/02/lexikon2\\_a\\_blogger~1504174](http://lexikon2.blog.de/2007/01/02/lexikon2_a_blogger~1504174)> (8.3.2012).